

**AKSES INFORMASI MELALUI MEDIA MASSA
DI ERA GLOBALISASI
(PERSPEKTIF ETIKA MEDIA)**

Oleh :

Anita Septiani Rosana*)

Abstraksi

Teknologi Informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat untuk selalu membutuhkan informasi tentang segala hal di dalam kehidupannya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan alat-alat komunikasi, yang berfungsi untuk mengakses berbagai informasi. Dengan kecanggihan teknologi, sebuah handphone dan Iphone mempunyai berbagai fasilitas yang terkoneksi dengan internet. Masyarakat dengan tingkat ekonomi di level bawah, tidak akan dengan leluasa mengakses informasi sesuai dengan kebutuhannya, karena keterbatasan sarana dan biaya untuk mengakses informasi tersebut. Kesenjangan dalam mengakses informasi diantara kelas ekonomi atas (elit) dengan kelas ekonomi bawah sangat kentara kita lihat. Meski secara idealnya, media massa adalah bersifat massa dan bisa dikonsumsi ataupun diakses oleh siapapun, namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat dapat mengaksesnya.

Kata Kunci : akses informasi, teknologi informasi dan komunikasi

Pendahuluan

"Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia." (Pasal 28F UUD 1945)

Berdasarkan pernyataan dari pasal 28F UUD 1945 di atas, menunjukkan bahwa menjadi hak asasi bagi setiap warganegara Indonesia untuk berkomunikasi dan memperoleh berbagai informasi dengan menggunakan segala jenis media yang tersedia, yang bertujuan untuk mengembangkan diri dan lingkungan sosialnya. Setiap warganegara mempunyai hak yang sama untuk bisa mengakses informasi melalui media massa yang tersedia, baik media cetak, elektronik, maupun media online.

Teknologi informasi kini telah berkembang dengan sangat pesat. Komunikasi dan informasi berlangsung dengan sangat cepat tanpa batas negara. Proses demokratisasi yang tak dapat dibendung ini juga dipicu oleh perkembangan teknologi informasi. Indonesia sejauh ini telah relatif cukup cepat melakukan antisipasi dengan lahirnya undang-undang yang menjamin adanya kebebasan berkomunikasi dan memperoleh informasi. Tidak dipungkiri bahwa kemajuan teknologi informasi berdampak langsung terhadap era keterbukaan. Saat ini setiap orang mampu menerima informasi secara langsung dan lebih cepat dari sebelumnya. Keterbukaan membuat masyarakat seakan berada dalam dunia tanpa batas, baik dari dimensi waktu, wilayah, profesi, agama, ras, norma, realita, bahkan batas-batas susila.

Media massa merupakan elemen penting dalam masyarakat. Media merupakan "sistem saraf pusat dari AS, rantai informasi penting yang varietas atau jenisnya tanpa jeda," kata Hiebert, Ungurait, dan Bohn (1991:565) dalam Reuss (1996:128). Media membantu untuk menjaga informasi dan memberikan hiburan, membentuk pendapat tentang berbagai isu, survei lingkungan, mengirimkan budaya, dan membantu ekonomi dengan mempromosikan barang dan jasa. Media membantu mendidik dan bersosialisasi dengan beragam populasi. Tapi media massa bukan saluran langsung pada kesatuan sosial, meskipun banyak dari mereka terlihat atau terdengar sama dan mencakup topik yang sama.

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, media massa mempunyai peran yang sangat strategis dalam suatu negara, termasuk di Indonesia. Teknologi Informasi dan komunikasi telah mengarahkan masyarakat untuk selalu membutuhkan informasi tentang segala hal di dalam kehidupannya. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya penggunaan alat-alat komunikasi, seperti handphone, Iphone, tablet, notebook. Mereka membutuhkan handphone atau Iphone, tidak hanya sekedar untuk berkomunikasi tetapi juga untuk mengakses informasi. Dengan kecanggihan teknologi, sebuah handphone dan Iphone mempunyai berbagai fasilitas yang terkoneksi dengan internet.

Masyarakat dengan tingkat ekonomi di level bawah, tidak akan dengan leluasa mengakses informasi sesuai dengan kebutuhannya, karena keterbatasan sarana dan biaya untuk mengakses informasi tersebut. Kesenjangan dalam mengakses informasi diantara kelas ekonomi atas

(elit) dengan kelas ekonomi bawah sangat kentara kita lihat. Meski secara idealnya, media massa adalah bersifat massa dan bisa dikonsumsi ataupun diakses oleh siapapun, namun pada kenyataannya tidak semua masyarakat dapat mengaksesnya. Terutama masyarakat miskin yang dalam kehidupan sehari-hari kekurangan untuk memenuhi kebutuhan pokoknya.

Sebagai contoh adalah wilayah-wilayah pedalaman dan pedesaan-pedesaan pelosok atau yang berada pada wilayah perbatasan antarnegara di daerah Kalimantan. Masih terdapat wilayah yang blank sinyal, sehingga arus informasi ke wilayah tersebut tidak bisa diterima dengan baik. Blank signal masih banyak terjadi di beberapa wilayah desa di Kabupaten Kepulauan Anambas, sehingga komunikasi menggunakan radio SSB merupakan satu-satunya jaringan informasi penghubung antar desa di kabupaten ini. Demikian disampaikan Agus R Unggul, Asisten III Bupati Kabupaten Kepulauan Anambas (KKA) disela-sela pembukaan bimbingan teknologi aktifitas Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dalam rangka desa informasi di Anambas, Selasa (19/6).

Kondisi blank signal ini telah menyebabkan perputaran informasi masyarakat dalam wilayah KKA lebih sulit dilakukan, dibandingkan dengan komunikasi dari pusat kabupaten ke kota lain di Indonesia. Sementara wilayah Anambas memiliki banyak pulau yang tersebar dan dimukimi oleh masyarakat, sehingga kebutuhan informasi menjadi sangat penting. "Masih banyak desa-desa yang blank signal dan tidak bisa dijangkau jaringan telepon sama sekali. Baik itu seluler maupun telepon analog biasa," katanya.

Irfani, Yuliai. (2012). *Masih banyak desa blank signal*.<http://haluankepri.com/news/anambas/30445-masih-banyak-desa-blank-signal-.html> diakses 1 Juli 2012)

Dari uraian fakta tersebut di atas menunjukkan bahwa akses informasi melalui media, belum sepenuhnya bisa dinikmati oleh masyarakat di segala lapisan dan di segala penjuru tanah air Indonesia. Industri media massa belum menjangkau sepenuhnya ke dalam wilayah-wilayah terpencil. Peluang dan kesempatan untuk mengakses media, baru dinikmati oleh sebagian warga masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan ataupun wilayah ibukota. Ketika informasi bisa diakses di wilayah pedesaan, itupun hanya dinikmati oleh mereka yang mempunyai cukup uang untuk membayar biaya akses informasi tersebut. Ketidaksetaraan informasi di masyarakat merupakan salah satu isu politik yang utama pada masyarakat informasi.

Permasalahan

Kesenjangan dalam memperoleh informasi dikalangan elit dan masyarakat biasa, khususnya masyarakat miskin, mungkin sudah terjadi sejak dulu hingga saat ini. Kondisi ini dapat kita lihat bila kita berada di wilayah perkotaan dan wilayah desa yang sangat terpencil, dimana sarana dan prasarana masih minim keberadaannya. Informasi publik bukanlah milik perseorangan tetapi informasi tersebut juga harus dapat diakses oleh publik melalui media massa apapun.

Industri media massa dan pemerintah sampai saat ini telah berusaha untuk menjangkau wilayah-wilayah yang terpencil agar berbagai informasi dapat sampai

kepada seluruh warga Negara Indonesia. Tak jarang informasi-informasi yang seharusnya bersifat publik tersebut membutuhkan akses media yang menggunakan signal-signal telekomunikasi, misalnya melalui televisi, handphone, internet. Apabila koneksi belum menjangkau sampai wilayah-wilayah pelosok dipenjuru Indonesia, maka informasi tersebut juga tidak akan bisa menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat.

Struktur pasar ternyata tidak mampu memberikan peluang bagi kaum miskin untuk mengakses informasi melalui media massa. Bagaimanakah seharusnya media massa mengatasi masalah tersebut?

Pembahasan

1. Tanggung jawab Media

Media harus bertanggungjawab dalam hal menyajikan pemberitaan yang benar, komprehensif, cerdas dan akurat. Media dituntut untuk dapat memberitakan suatu fenomena dan peristiwa secara akurat dan jujur apa adanya. Fakta harus disajikan sebagai fakta, dan pendapat harus dikemukakan murni sebagai pendapat. Kriteria kebenaran juga dibedakan menurut situasi dan kondisi masyarakat.

Media harus berperan sebagai forum pertukaran pendapat, komentar dan kritik. Karenanya, media tak hanya berfungsi sebagai sumber informasi melainkan juga forum penyelesaian masalah. Setiap masalah yang menjadi urusan publik dan berhubungan dengan publik disuguhkan oleh media, untuk kemudian dibahas bersama dan dicarikan jalan keluar.

Media diharapkan dapat menyajikan gambaran yang khas dari setiap kelompok masyarakat. Syarat ini menuntut media untuk memahami karakteristik dan juga kondisi semua kelompok di masyarakat tanpa terjebak pada stereotype. Tujuannya adalah untuk menghindari terjadinya konflik sosial di masyarakat terkait dengan isi berita yang disajikan.

Media diharapkan dapat menyajikan dan menjelaskan tujuan dan nilai-nilai masyarakat, yang artinya bahwa media tidak harus mendramatisir pemberitaannya, melainkan berusaha mengaitkan suatu peristiwa dengan hakikat makna keberadaan masyarakat dalam hal-hal yang harus diraih. Media merupakan instrument pendidik masyarakat sehingga media harus memikul tanggung jawab pendidik dalam memaparkan segala sesuatu dengan mengaitkannya ke tujuan dasar masyarakat.

Media diharapkan dapat membuka akses ke berbagai sumber informasi. Masyarakat industri modern membutuhkan jauh lebih banyak pada masa sebelumnya. Dengan tersebarkan berbagai informasi, akan mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi-informasi tersebut.

2. Kesetaraan Akses Informasi

Apabila sebuah informasi merupakan kekuatan dalam masyarakat yang berbasis informasi, maka beberapa kesetaraan akses terhadap informasi sangat penting. kecuali jika kita bersedia menerima suatu masyarakat di mana beberapa orang atau kelompok yang dirugikan karena tidak dapat memperoleh akses informasi. Risikonya adalah masyarakat yang bisa menjadi bertingkat

berdasarkan informasi yang tersedia bagi orang untuk menggunakannya secara bersama, seperti ekonomi, pendidikan, ras, atau lainnya.

Everette Dennis menempatkan masalah succinctly ketika ia mencatat bahwa : *"the "reasons to be concerned about the information-rich people versus information-poor people. Information is power and some information will no doubt be priced so high that it will be out of the reach of many people"* (alasan untuk diperhatikan mengenai orang kaya - informasi versus orang miskin - informasi. Informasi adalah kekuatan dan beberapa informasi tidak akan diragukan lagi dijual dengan harga sangat tinggi sehingga akan keluar dari jangkauan banyak orang). (Dennis and Merrill, 1991:75 dalam Gordon dan Reuss, 1996:122)

Dari pernyataan Dennis tersebut menunjukkan adanya alasan-alasan mengenai seseorang yang disebut sebagai orang kaya informasi dan orang yang miskin informasi. Informasi merupakan sebuah kekuatan (*power*) yang sangat berharga mahal dan hanya orang berkemampuan atau orang kaya saja yang mampu menggapai informasi yang bernilai tinggi tersebut. Informasi yang berharga tinggi akan jauh dari jangkauan orang kebanyakan, karena membutuhkan biaya yang tidak sedikit untuk menjangkaunya.

Eric Elbot, mantan direktur komunikasi untuk National Center for Media diakses di Boston, telah mencatat bahwa Amerika selalu mengakses - untuk pendidikan, politik, perpustakaan, dan ekonomi. Dengan munculnya era informasi, ia menyarankan, fokus harus diubah untuk mencakup akses terhadap informasi dan

hiburan yang tersedia melalui saluran berbagai media massa. Isu utama tampaknya bukan apa yang harus dicapai, *tetapi siapa yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab tersebut dilaksanakan*. Informasi yang disampaikan oleh media massa seharusnya merupakan sesuatu yang menjadi hak publik untuk mengetahuinya. Tidak ada eksklusivitas dalam distribusi atas informasi tersebut. Berita-berita yang baik adalah berita yang mempunyai nilai berita (*news value*), padahal kita ketahui bersama, bahwa sampai saat ini pemberitaan-pemberitaan yang ditayangkan oleh media menyesuaikan permintaan dan selera pasar (masyarakat). Sesuatu yang dianggap menarik oleh pasar, itulah yang akan mempunyai banyak perhatian audience yang nantinya akan berpengaruh pada rating acara atau program.

David Gordon (1996), menyatakan bahwa media massa harus membuat beberapa upaya khusus untuk memastikan bahwa mereka terus menjangkau khalayak massa dan benar-benar dalam proses, membawa era informasi ke semua strata masyarakat. Pendapat Gordon tersebut merupakan sesuatu yang bersifat mulia dan idealis, tetapi untuk mencapainya dibutuhkan usaha yang tidak mudah. Industri media saat ini tidak lagi menfokuskan pada kualitas konten saja, tetapi lebih pada selera pasar sehingga terkesan hanya menitikberatkan pada peningkatan profit bagi perusahaan media tersebut. Ketika sebuah acara mempunyai rating yang tinggi, secara otomatis akan menarik para pengiklan untuk turut serta dalam tayangan program tersebut.

Media massa tidak hanya berkewajiban etis untuk membantu memastikan "ekuitas informasi" seluruh

masyarakat, tetapi juga memiliki beberapa alasan yang sangat praktis untuk melakukannya. Beberapa alasan praktis tersebut didasarkan pada ekonomi. Jika kelompok dalam masyarakat kehilangan akses informasi, maka media kehilangan pelanggan potensial karena itu merupakan target potensial untuk pengiklan. Masyarakat sebagai konsumen media selalu mengharapkan bisa mengakses informasi dari media dengan cara yang mudah dan cepat, serta efisien dari segi biaya.

Alasan lain, bahwa masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya akses ke berbagai sumber informasi, tekanan cenderung mendorong tindakan pemerintah untuk memastikan hal ini, jika media sendiri tidak mengambil langkah-langkah untuk melihat bahwa hal itu terjadi. Tapi alasan yang paling penting bagi media untuk peduli tentang ekuitas informasi adalah *sudut pandang utilitarian* bahwa itu tepat untuk masyarakat maupun untuk media. Perlu diperhatikan oleh pihak media bahwa ekuitas informasi merupakan hak bagi setiap warga Negara Indonesia. Sehingga menjadi kewajiban Negara dan media massa untuk bisa mengupayakan agar informasi dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang kelas sosialnya.

Konsekuensi etis dari informasi "apartheid" yang terlalu serius untuk ditoleransi oleh media atau oleh masyarakat yang mereka layani. Kuncinya adalah memberikan kesempatan untuk mengakses informasi yang telah melewati pengawasan dari berbagai *gatekeeper* dan tersedia untuk umum. Kita tidak bisa berharap untuk sebuah demokrasi partisipatoris sepenuhnya kecuali kami bertujuan untuk ideal yang memungkinkan semua warga

kesempatan untuk mendapatkan informasi pada pijakan yang relatif sama.

3. Fungsi dan Etika Media

Ahli komunikasi massa Harold D Lasswell dan Charles Wright (dalam Morissan, 2010:11), menyatakan terdapat empat fungsi sosial media massa, yaitu :

1. *Social surveillance*. Pada fungsi ini, media massa termasuk media televisi, akan senantiasa merujuk pada upaya penyebaran informasi dan interpretasi seobjektif mungkin mengenai peristiwa yang terjadi, dengan maksud agar dapat dilakukan kontrol sosial sehingga tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam lingkungan masyarakat bersangkutan.
2. *Social correlation*. Dengan fungsi korelasi sosial tersebut, akan terjadi upaya penyebaran informasi yang dapat menghubungkan satu kelompok sosial dengan kelompok sosial lainnya. Begitupun antara pandangan - pandangan yang berbeda, agar tercapai konsensus sosial.
3. *Socialization*. Pada fungsi ini, media massa selalu merujuk pada upaya pewarisan nilai-nilai luhur dari satu generasi ke generasi selanjutnya, atau dari satu kelompok ke kelompok lainnya.
4. *entertainment*. Agar tidak membosankan, sudah tentu media massa perlu juga menyajikan hiburan kepada khalayaknya. Hanya saja, fungsi hiburan ini sudah terlalu dominan mewarnai siaran televisi kita, sehingga ketiga fungsi lainnya, seolah telah terlupakan. Untuk itu, fungsi hiburan haruslah ditata agar seimbang dengan tiga fungsi lainnya.

keempat fungsi media massa tersebut bersinergi dan sinkron dalam rangka menyajikan tayangan yang sehat. Sebab, hanya dengan tayangan yang sehat sajalah yang nantinya dapat melahirkan generasi yang sehat. Generasi yang memiliki karakter bangsa. Dalam hal inilah, kesadaran masyarakat dunia pada umumnya dan Indonesia secara khusus perlu bertekad dan berkomitmen untuk mengupayakan agar ke depan jangan lagi mau membiarkan diri dan keluarganya didikte oleh siaran TV yang tidak mendidik dan bahkan merusak pembangunan karakter bangsa bagi masyarakat (warga negara) dalam pembangunan bangsa ke depan.

Logika waktu pendek menempatkan media massa dalam situasi dilematis. Disatu sisi, idealisme media menuntut peran sebagai sarana pendidikan agar audience semakin memiliki sikap kritis, kemandirian, dan kedalaman berpikir; namun di sisi lain, pragmatism ekonomi memaksa media mengadopsi logika mode yang terpatri pada yang spektakuler, sensasional, superficial dan pesan yang beragam. (Haryatmoko, 2007: 30)

Tayangan dan paparan media massa saat ini, takjarang mengesampingkan etika jurnalistik dan kaidah-kaidah yang menyangkut kepentingan publik. Meskipun media massa mengikuti arus dan selera pasar, namun tetap harus memperhatikan dan berpegang teguh pada norma dan etika jurnalistik, dimana informasi-informasi yang disampaikan kepada masyarakat menyangkut kepentingan umum.

Seperti kewajiban etis, jelas berasal dari kedua perhatian utilitarian untuk menyediakan sejumlah besar

orang dan penekanan Yohanes Rawl pada melindungi anggota yang paling rentan masyarakat. Jika tanggung jawab sosial berarti apa-apa, itu berarti menemukan cara untuk menghindari menciptakan sekelompok jelas dari warga kelas dua dalam masyarakat informasi. Media baru dan teknologi informasi baru dapat memberikan kesempatan yang lebih baik daripada media massa yang beroperasi untuk membangun praktik baru dan-lebih penting - kebijakan publik yang mendorong bukan menghambat ekuitas informasi. (Gordon dan Reuss, 1996: 126)

Hal tersebut di atas, akan membantu meningkatkan selektivitas diatasi dengan sumber informasi dalam menargetkan audiens yang diinginkan. Dengan beberapa masukan dari kelompok marjinal-karena faktor seperti cacat fisik, pendapatan rendah, atau kurangnya pendidikan-itu merekomendasikan pembentukan poin akses publik di perpustakaan dan pusat perbelanjaan yang akan tersedia untuk semua orang. Sebuah filosofi keadilan sosial dan tanggung jawab sosial harus memandu perencanaan untuk jaringan.

Upaya-upaya khusus harus dilakukan untuk menjamin layanan informasi yang diperpanjang secara universal kepada orang miskin, orang cacat, dan minoritas. Sebagai masyarakat, dan sebagai praktisi media, kita harus prihatin bahwa ekonomi bisa menghilangkan kesempatan beberapa warga untuk mendapatkan berbagai jenis informasi. Potensi meningkatnya perbedaan akses terhadap informasi dalam masyarakat yang semakin berorientasi informasi adalah salah satu yang harus diatasi oleh media itu sendiri dengan beberapa bantuan

dari pemerintah, khususnya dalam hal pembentukan kebijakan untuk mengatur teknologi informasi baru. Pemerintah juga dapat membantu dengan menciptakan insentif ekonomi bagi media massa tradisional yang sudah ada untuk mengatasi masalah ini. Jika media yang melayani masyarakat, mereka mempunyai tanggung jawab untuk berusaha mengurangi kesenjangan.

Menurut Carroll Reuss (1996), bahwa kekuatan pasar dan persaingan adalah perlindungan yang cukup untuk memberikan akses yang dibutuhkan, dan pertanyaan hanya seberapa banyak akses yang benar-benar diperlukan. Dari pernyataan Reuss tersebut menjelaskan tentang adanya pasar yang normal menunjukkan ada berbagai hal di dalamnya. Yang disebut pasar yang ideal menurut Reuss adalah sebuah pasar yang bebas (*free-market*) tapi tetap mengedepankan sifat selektif terhadap informasi-informasi yang masuk ke dalam pasar tersebut. Pasar (*market*) merupakan proses yang terregulasi dari pertukaran berdasarkan pada dinamika permintaan dan penawaran. Beberapa keuntungan dari adanya pasar tersebut, yaitu : Pasar mempromosikan keuntungan; Pasar mempromosikan fleksibilitas; Pasar mempromosikan inovasi; Pasar bisa mengirimkan media seperti beberapa produk.

Adapun beberapa kelemahan pasar antara lain :

1. Tidak demokratis, artinya bahwa hanya pihak-pihak yang mempunyai capital yang bisa memasuki media
2. Pasar mereproduksi ketidaksetaraan (*in-equality*, artinya media mencerminkan pandangan-pandangan dan ketertarikan.
3. Pasar bersifat amoral

4. Pasar tidak perlu memenuhi kebutuhan sosial
5. Pasar hanya bersifat mitos.

Media massa merupakan elemen penting dalam masyarakat. Mereka membantu mendidik dan bersosialisasi dengan beragam populasi. Tapi media massa tidak saluran langsung menuju kesatuan sosial, meskipun banyak dari mereka terlihat atau terdengar sama dan mencakup topik dan sumber yang sama. Pada tahap awal, memahami bahwa ada dua definisi media akses. Salah satunya adalah kemampuan individu atau kelompok untuk menerima media.

Yang kedua adalah kemampuan dari setiap individu atau kelompok untuk memiliki kisahnya diceritakan oleh media massa. Media massa hanyalah salah satu bagian dari persamaan komunikasi, sehingga mereka tidak bertanggung jawab untuk menjaga informasi masyarakat, dan tidak ada media massa yang bisa berpretensi memiliki semacam kewajiban. Pada akhir dari persamaan adalah khalayak media, baik aktual maupun potensial, yang juga memikul tanggung jawab sebagai pencari informasi yang cerdas.

Menempatkan tanggung jawab etis untuk akses liputan media. Penelitian menunjukkan bahwa orang membuat keputusan berdasarkan informasi dari berbagai sumber dan media telah bervariasi dan efek terbatas pada individu dan kelompok. Ini tidak berarti bahwa individu harus pasif terhadap media massa, atau bahwa media massa dapat menjadi pasif dan tidak mencari penerimaan publik

4. **Polaritas Pasar**

Akses adalah kutub. Pada satu sisi terdapat kekhawatiran bahwa setiap orang memiliki akses ke media

massa, yang menawarkan informasi, interpretasi, dan hiburan dan membantu bentuk opini publik bahwa masyarakat terbentuk. Di kutub lainnya adalah kekhawatiran bahwa media massa memiliki akses ke sumber dan isi mereka butuhkan untuk menyajikan sederetan penuh topik dan informasi.

Akses pasar media bersifat dinamis dan selalu berubah. Dua kutub yang kita prihatin adalah media dan masyarakat, yang terus-menerus menguji satu sama lain. Mereka bermanfaat bagi satu sama lain. Polaritas pasar dipersulit oleh kekhawatiran harus diakui tidak menjadi perhatian universal, bahwa tidak semua orang memiliki kemampuan untuk memilih media atau penawaran media yang bijaksana untuk kepentingan oen terbaik mereka atau kepentingan masyarakat. Dengan demikian, ada orang-orang dalam pasar bebas yang peduli bahwa beberapa warga, terutama anak-anak dan mereka yang dapat membawa kerugian pada diri mereka sendiri dan orang lain, tidak harus memiliki akses tak terbatas untuk persembahan media massa.

Penutup

Setiap warganegara berhak mendapatkan informasi sesuai dengan kebutuhannya. Informasi tersebut dapat diakses melalui berbagai media massa yang ada disekitarnya. Kebanyakan warga hanya tidak ingin mendapat informasi tentang masalah-masalah kritis. Mungkin ini adalah beberapa jenis masalah etika bagi warga, bukan media. Jika kita bisa mengatasi ketimpangan ketersediaan media, kita masih akan dihadapkan pada kurangnya minat pada bagian dari segmen

besar penduduk. Ekuitas Informasi adalah menyenangkan dengan semangat komunitarian. Ini menyiratkan tanggung jawab pada pemerintah atau media, atau keduanya.

Intinya adalah bahwa tidak akan pernah ada ekuitas informasi. Kelompok tertentu dalam masyarakat akan mendominasi informasi dan kelompok *apartheid* tidak akan bisa mengakses informasi jika ia tidak mempunyai biaya untuk memiliki teknologi komunikasi, ataupun bila ia tidak berada pada wilayah jangkauan informasi.

***)Penulis adalah dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sultan Fatah Demak**

Daftar Pustaka

Bertens, K. (2007). Etika. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Gordon, A.David, Kittross, John M, Reuss, Carol, and Merrill, Hohn C. (1996). Controversies in Media Ethics. USA: Longman Publishers

Haryatmoko. (2007). Etika komunikasi - Manipulasi Media, kekerasan dan pornografi. Yogyakarta: Kanisius

Morrisan. (2010). Teori Komunikasi massa. Bogor : PT. Ghalia Indonesia

Online :

Irfani, Yuliai. (2012). Masih banyak desa blank signal. <http://haluankepri.com/news/anambas/30445-masih-banyak-desa-blank-signal-.html> diakses 1 Juli 2012)